2017-2022年中国复合调味品行业深度评估及投资战略研究报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国复合调味品行业深度评估及投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://www.chyxx.com/research/201612/478519.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联 系 人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

调味品行业除了传统的酱油、食醋、味精等大宗产品外，复合调味料可以算得上是使用最多的调味品了。我国已有久远历史的花色辣酱、五香粉、复合卤汁调料、太仓糟油、蚝油等，甚至在家烹调时调制的作料汁和饭店厨师调制的高档次的调味汁等都属于复合调味料。对我国消费者而言，复合调味品仍系新概念，但是在过去的20年里，随着现代化的进程和生活水平的提高，顺应了生活方式的改变、生活节奏的加快而需要的方便快捷、便于贮藏携带、安全卫生营养而又风味多样的食品发展趋势，复合调味料的生产飞速发展，已在调味品中占有重要地位，成为我国调味品中发展的主流 。

智研咨询发布的《2017-2022年中国复合调味品行业深度评估及投资战略研究报告》共十一章。首先介绍了复合调味品产业相关概念及发展环境，接着分析了中国复合调味品行业规模及消费需求，然后对中国复合调味品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国复合调味品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国复合调味品行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 复合调味品行业概况 8
第一节 复合调味品定义及分类 8
第二节 复合调味品产品发展历程 10
第三节 复合调味品产品产业链分析 11
第二章 复合调味品产品行业政策环境分析 12
第一节 复合调味品产品行业在国民经济中的地位 12
第二节 政策环境分析 12
一、行业监管体制 12
（一）市场准入制度 12
（二）质量管理制度 13
（三）运行抽查制度 16
二、行业法律法规 17
三、相关产业政策 18
第三节 贸易环境分析 18
一、行业贸易环境发展现状 18
2016年中国进出口总值及增速 指标 进出口总值_当期值(千美元) 进出口总值_同比增长(%)

进出口总值_累计值(千美元) 进出口总值_累计增长(%) 2016年1月 291084568 -14.3 291084568 -14.5 2016年2月 219697006 -20.8 510720459 -17.3 2016年3月 291769733 2802136292 -11.3 2016年4月 299958011 -5.8 1101897043 -9.9 2016年5月 312143222 -2.6 1410121963 -8.6 2016年6月 312459054 -6.4 1711368636 -8.8 2016年7月 315056873 -7.9 2024994704 -8.8 2016年8月 329135339 -1.1 2350968214 -7.9

二、行业海外市场进口政策 21
三、行业贸易发展趋势分析 22
第三章 复合调味品产品行业生产调查 24
第一节 国内复合调味品产品行业产量统计 24
一、产品构成 24
二、产量统计数据 24
第二节 国内复合调味品产品行业需求量统计 25
一、需求量统计数据 25
二、产品需求分布 25
三、产品需求特点 26
第四章 市场竞争格局分析 28
第一节 主要产品市场分布 28
第二节 品牌竞争格局分析 28
第三节 市场竞争现状分析 29
第四节 市场规模分析 31
第五章 复合调味品产品消费者调查 32
第一节 品牌认可度 32
第二节 常用的调味品种类 32
第三节 鸡精/鸡粉使用情况 33
一、鸡精/鸡粉使用比例 33
二、不使用鸡精/鸡粉的原因 33
三、鸡精/鸡粉品牌认可度 34
第四节 调味酱使用情况 35
一、调味酱品牌认可度 35
二、调味酱购买/食用频率 35
三、调味酱食用方式 36
第五节 消费群体调查 36
一、消费群体构成 36
二、不同消费群体偏好调查 37
第六章 复合调味品进出口市场调查 39

第一节 复合调味品及其他调味品剂进口分析 39
一、复合调味品及其他调味品剂进口数量情况 39
二、复合调味品及其他调味品剂进口金额分析 39
三、复合调味品及其他调味品剂进口价格分析 40
第二节 复合调味品及其他调味品剂出口分析 40
一、复合调味品及其他调味品剂出口数量情况 40
二、复合调味品及其他调味品剂出口金额分析 40
三、复合调味品及其他调味品剂出口价格分析 41
第七章 复合调味品营销渠道分析 42
第一节 主要营销模式及典型代表分析 42
一、销售渠道分析 42
二、网络渠道分析 42
三、营销模式现状 43
四、经销商模式 43
五、典型案例分析 44
第二节 渠道新策略 44
一、新的销售渠道建设 44
二、渠道策略的新思路 45
第八章 典型企业与品牌分析 46
第一节 佛山市海天调味食品股份有限公司 46
一、企业基本情况分析 46
二、企业产品系列分析 46
三、企业经营情况分析 47
四、企业竞争优势分析 47
五、企业销售网络分析 50
六、企业发展战略分析 50
第二节 上海太太乐食品有限公司 51
一、企业基本情况 51
二、企业主营产品分析 52
三、企业经营情况分析 52
四、企业销售网络分析 52
五、企业竞争优势分析 53
第三节 联合利华食品(中国)有限公司 54
一、企业基本情况分析 54
二、企业主要产品分析 54

三、企业经营情况分析 55
四、企业销售网络分析 55
五、企业竞争优势分析 56
第四节 王守义十三香调味品集团有限公司 56
一、企业基本情况 56
二、企业发展历程分析 57
三、企业主营产品分析 57
四、企业经营情况分析 58
五、企业竞争优势分析 59
第五节 香港李锦记集团 59
一、企业基本情况 59
二、企业产品系列分析 60
三、企业经营情况分析 60
四、企业销售网络分析 60
五、企业竞争优势分析 61
第六节 福建省泉州市安记食品有限公司 61
一、企业基本情况 61
二、企业产品系列分析 62
三、企业经营情况分析 63
四、企业销售网络分析 63
五、企业竞争优势分析 63
第七节 贵阳南明老干妈风味食品有限责任公司 63
一、企业基本情况 63
二、企业经营状况分析 64
三、企业产品系列分析 64
四、企业销售网络分析 65
五、企业竞争优势分析 65
第八节 加加食品集团股份有限公司 66
一、企业基本情况分析 66
二、企业主要产品分析 66
三、企业经营情况分析 66
四、企业销售网络分析 68
五、企业竞争优势分析 69
第九章 细分产品分析 70
第一节 鸡精鸡粉 70

一、产品特性 70
二、产品需求情况 70
三、市场主要品牌 71
四、市场前景 72
第二节 调味酱 74
一、产品概述 74
二、产品需求情况 74
三、市场主要品牌 75
四、市场前景 76
第三节 西式复合调味品 76
一、西餐在华市场发展现状 76
二、西式复合调味品市场现状 77
三、重点西式复合调味品分析 78
（一）西式快餐用调味品 78
（二）西式面点用调味品 78
（三）西式正餐用调味品 78
四、亚洲国家风味餐饮调味品市场 78
（一）日韩风味调味品 78
（二）东南亚风味调味品 78
第四节 火锅底料 79
一、火锅餐饮业运行概况 79
二、火锅连锁餐饮主要流派 81
三、火锅底料主要品牌分析 81
四、火锅底料销售渠道分析 81
第十章 复合调味品产品行业未来发展趋势预测 83
第一节 复合调味品产品行业未来发展方向 83
第二节 复合调味品产品市场规模预测 84
第三节 复合调味品产品竞争格局发展趋势 85
第十一章 主要结论及建议 88（ZY CW）
第一节 主要结论及观点 88
一、占总体调味品比例提升空间 88
二、占餐饮比例提高空间很大 88
三、绝对消费量提升空间 88
第二节 中商情报网策略建议 89
一、产品策略 89

二、渠道策略 89
三、开发潜在市场建议 90
四、市场竞争策略建议 90
部分图表目录：
图表 1 专业划分法复合调味料的分类和种类 9
图表 2 以消费功能为标准划分的复合调味料的分类及其用途 10
图表 3 复合调味品在社会消费量零售总额中的占比情况 12
图表 4 调味品生产经营涉及的相关法律法规 18
图表 5 中国复合调味品产量变化趋势图 24
图表 6 中国复合调味品零售额变化趋势图 25
图表 7 复合调味品主要产品分布 28
图表 8 中国复合调味品市场规模变化趋势图 31
图表 9 消费者心中最好的调味品品牌分布 32
图表 10 消费者常用的调味品种类 33
图表 11 鸡精/鸡粉使用比例分布 33
图表 12 不使用鸡精/鸡粉的原因分布 34
图表 13 消费者心中最好的鸡精/鸡粉品牌分布 34
图表 14 消费者心中最好的调味酱品牌分布 35
图表 15 消费者购买/食用调味酱的频率分布 36
图表 16 调味酱的食用方式情况 36
图表 17 调味品三大客户销售占比分布图 37
图表 18 消费者选择调味品的主要决定因素分布 38
图表 19 复合调味品及其他调味品进口数量统计 39
图表 20 复合调味品及其他调味品进口金额统计 39
图表 21 中国复合调味品及其他调味品进口均价 40
图表 22 复合调味品及其他调味品出口数量统计 40
图表 23 复合调味品及其他调味品出口金额统计 41
图表 24 中国复合调味品及其他调味品出口均价 41
图表 25 调味品行业主要渠道类型 42
图表 26 佛山市海天调味食品有限公司产品情况表 46
图表 27 佛山市海天调味食品有限公司资产及收入统计 47
图表 28 上海太太乐食品有限公司资产及收入统计 52
图表 29 家乐牌复合调味品产品图示 55
图表 30 联合利华食品（中国）有限公司资产及收入统计 55
图表 31 王守义十三香调味品集团有限公司产品情况表 58

图表 32 王守义十三香调味品集团有限公司资产及收入统计 59
图表 33 香港李锦记集团产品系列 60
图表 34 香港李锦记集团资产及收入统计 60
图表 35 福建省泉州市安记食品有限公司产品情况表 62
图表 36 福建省泉州市安记食品有限公司资产及收入统计63
图表 37 贵阳南明老干妈风味食品有限责任公司资产及收入统计 64
图表 38 贵阳南明老干妈风味食品有限责任公司产品示意图65
图表 39 加加食品集团股份有限公司产品图示 66
图表 40 加加食品集团股份有限公司分产品情况表 67
图表 41 加加食品集团股份有限公司业务结构情况 67
图表 42 加加食品集团股份有限公司分地区情况表 68
图表 43 加加食品集团股份有限公司全国销售网络 68
图表 44 鸡精行业市场竞争格局 71
图表 45 鸡精行业主要品牌市场竞争情况分析 72
图表 46 鸡精在餐饮市场使用情况 73
图表 47 中国鸡精消费市场分布情况 74
图表 48 消费者选择调味酱的考虑因素分布 75
图表 49 调味酱市场著名企业和品牌 75
图表 50 中国十大火锅底料品牌 81
图表 51 中国复合调味品市场规模增长预测趋势图 85
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201612/478519.html